Investigación de mercados

“La mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio”.

Incluye actividades como investigación de mercados, investigación del producto, investigación y determinación de precios, canales de distribución, mercado, promoción, etc.

Es una secuencia organizada de pasos, que analiza e investiga al mercado, selecciona las estrategias y tácticas adecuadas para entrar en el mercado que se ha definido. Se hace con el fin de identificar y satisfacer las necesidades que existen en el mercado y obtener una ganancia o utilidad para la empresa.

Para que un negocio funcione en forma exitosa deben tomarse en cuenta los 5 principios de la mercadotecnia: producto, precio, promoción, plaza (mercado) y personas (consumidores).

La mercadotecnia se basa en el conocimiento, a través de la investigación, de los 5 principios mencionados anteriormente. Se vale de un conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se realiza el conjunto de pasos y las etapas para llevar a cabo una investigación.

Cuando se quiere realizar una investigación, es necesario hacer uso de la técnica, para tener la estructura a través de la que se va a organizar la investigación, de esta forma se consigue ordenar las etapas de la investigación, determinar y diseñar los instrumentos para el manejo de la información, controlar los datos y orientar las actividades hacia la obtención de conocimientos.

Las técnicas de investigación pueden ser documentales y de campo.

La técnica documental facilita la recopilación de información para formular las teorías que amparan el estudio de los fenómenos y procesos. Aquí se incorpora el uso de instrumentos adecuados según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo facilita la observación en forma directa con el objeto de estudio, y la recopilación de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

La entrevista

Entre las técnicas de recopilación de información, podemos mencionar a la entrevista, consiste en tener una conversación, entre el entrevistador, que busca la información, y el entrevistado, que es quien provee la información. Es una conversación profesional con el fin de obtener la información deseada. La buena comunicación entre entrevistado y entrevistador, es vital para el éxito de la entrevista.

Las entrevistas pueden ser estructuradas y no estructuradas. En ambos casos, de antemano se preparan las preguntas, mediante un cuestionario. La diferencia entre una y otra, estriba en la flexibilidad o apertura, por ejemplo, en la entrevista estructurada la respuesta debe ser un "sí" o un "no", mientras que, en la no estructurada, se le da al entrevistado, la libertad de ampliar su respuesta.

El entrevistador debe tener clara la finalidad de la entrevista y el cuestionario debe ser elaborado en función del objetivo de la entrevista, conteniendo las preguntas adecuadas.

Definitivamente el éxito de la entrevista depende mucho de la buena comunicación que alcance el investigador con el entrevistado. Para ello, el entrevistador, debe tener experiencia en esta labor, conocer las preguntas que va a realizar, cómo están estructuradas, no influir en las respuestas del entrevistado, hacer la entrevista en las condiciones adecuadas.

Una de las ventajas de la entrevista es que se puede aplicar a todo tipo de persona, no importando que tenga algún tipo de limitación como es el caso de analfabetos, limitación física y orgánica, niños que posean alguna dificultad que le imposibilite dar respuesta escrita.

En las entrevistas estructuradas a partir de un cuestionario no flexible, la información que se obtiene resulta fácil de procesar, no se necesita de un entrevistador muy diestro y la

información que se obtiene es del mismo tipo; sin embargo esta alternativa no permite que se profundice en los aspectos que surjan en la entrevista.

Cuando la entrevista no es estructurada, el entrevistador debe tener mayor experiencia, ser muy cuidadoso para que la conversación no se desvíe de los objetivos y de transcribir fielmente las respuestas obtenidas. La entrevista no estructurada es muy útil en estudios descriptivos, y en la fase del diseño de la investigación; es adaptable y susceptible de aplicarse a toda clase de sujetos y de situaciones; permite profundizar en el tema y requiere de tiempo y de personal de experiencia para obtener información y conocimiento del mismo. En ésta se dificulta el tratamiento de la información.

La entrevista se usa cuando la población o universo a investigar, es pequeño y cuando se necesita que haya interacción y charla entre el entrevistador y el entrevistado.

Por su parte, el entrevistador, debe ser una persona que muestre seguridad en sí mismo, debe tener la capacidad de colocarse el mismo nivel del entrevistado, debe ser capaz de captar y resolver los problemas que se vayan dando, comprender los objetivos de la entrevista y los intereses del entrevistado, tener empatía, pero no influir en las opiniones de la otra persona.

La encuesta

La encuesta es una técnica para obtener información sobre condiciones ya existentes. Utiliza como herramienta, un cuestionario previamente elaborado, por medio del que se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

La encuesta se diferencia de la entrevista, en que el encuestado lee

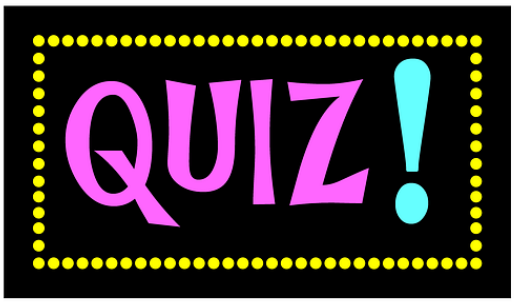
previamente el cuestionario y lo responde por escrito. Por lo regular, no hay interacción directa con el entrevistado.

Cuando el cuestionario se ha diseñado, no se necesita de personal calificado a la hora de hacerlo llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista, la encuesta siempre cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

El Fichaje

El fichaje, o elaboración de fichas, es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas, que se usa en investigación. Consiste en anotar en fichas de cartulina, los datos que se van obteniendo. De esta forma, las fichas contienen en forma clara, resumida y ordenada, la mayor parte de la información que se recopila en una investigación.

El cuestionario



El cuestionario es el instrumento básico, del que se valen la observación, la encuesta y la entrevista. Consta de una serie de preguntas que permiten conocer las opiniones sobre uno o más temas. Hace posible observar los hechos por medio de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

El Test

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta. Su finalidad es conseguir información sobre ciertos rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). Se realiza, por medio de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

Los test se crean de acuerdo a las necesidades u objetivos de la investigación. Se usan

mucho en psicología para evaluar rasgos de conducta y/o personalidad, en educación para medir habilidades y en las ciencias sociales. También se usan en publicidad para determinar hábitos y preferencias relacionados con el consumo.

El test debe ser sencillo, escrito en lenguaje de fácil comprensión, debe ponerse especial atención a la economía, que tenga el contenido necesario pero que no sea demasiado extenso, debe ser válido, o sea, que se investigue lo que se pretende, debe ser confiable, no debe ser aburrido.

La Observación

Es una técnica que, tal y como su nombre lo dice, consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, anotar la información y ordenarla para su posterior análisis.

La observación se ha usado desde tiempos remotos, a este tipo de observación se le conoce como no científica. La diferencia básica entre la investigación científica y la no científica, está en la intencionalidad: observar científicamente quiere decir observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y, por tanto, sin preparación previa.

Para que la observación sea válida y útil, se debe determinar de antemano cuál es el objeto, situación o caso que se desea observar. Tener bien claros los objetivos de la actividad, definir en qué forma se va a hacer la anotación y registro de los datos. Observar en forma cuidadosa y precisa, registrar los datos, ordenarlos, analizarlos e interpretarlos. Al final se deben sacar conclusiones y preparar un informe con los resultados.

La observación puede auxiliarse de fichas de cartulina para hacer anotar los datos, grabaciones, fotografías, registros de anécdotas, listas de cotejo y chequeo de datos.

La Observación puede ser:

Directa o Indirecta

Es directa cuando el investigador observa personalmente el hecho o fenómeno que trata de investigar.
Es indirecta cuando el investigador se vale de las observaciones realizadas anteriormente por otras personas y recurre a los libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, ya existentes.

Participante o no Participante

La observación es participante cuando el observador se involucra desde adentro para conseguir la información.
Observación no participante es cuando la información se consigue observando desde afuera, sin participar en la dinámica del grupo. La mayoría de las observaciones son de este tipo.

Estructurada o no Estructurada

Observación no Estructurada, también conocida como libre o simple, es la que no se auxilia de ningún elemento técnico.

Observación estructurada es la que se auxilia de fichas, cuadros, tablas y cualquier otro elemento técnico que sea apropiado.

De campo o de Laboratorio

La observación de campo es cuando se hace directamente en el lugar en donde ocurre el fenómeno que se desea observar.

La observación de laboratorio se entiende de dos maneras: por un lado, es la que se realiza en lugares pre-establecidos para el efecto tales como los museos, archivos, bibliotecas y, naturalmente los laboratorios; por otro lado, también es investigación de laboratorio la que se realiza con grupos humanos previamente determinados, para observar sus comportamientos y actitudes.

Referencias

marketingdecontenidos.com/que-es-mercadotecnia/

metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html

promonegocios.net/mercadotecnia/que-es-mercadotecnia.html